



Inköp av alkoholprodukter inom restaurang- branschen

Ghita Autero

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	
Identifikationsnummer:	Ges av examinator
Författare:	
Arbetets namn:	
Handledare (Arcada):	
Uppdragsgivare:	
<p>Sammandrag:</p> <p>I detta examensarbete undersöks tre olika restauranger, inköpsprocessen kartläggs och ett förbättringsförslag för företagen presenteras. Syftet med arbetet är att få kunskap om inköp och inköpsprocessen för alkoholprodukter inom bar- och nattklubbsbranschen. Forskningsfrågor som arbetet kommer att fokusera på är: Hur utförs inköpsprocessen i en nattklubb? Varifrån kommer produkterna? Hurdana datasystem används?</p> <p>Arbetet är en kvalitativ undersökning och som forskningsmetod används semi-strukturerade intervjuer. Informationen som samlas in anknyter till teoridelen i arbetet för att ge en djupare förståelse för inköpsprocessen.</p> <p>Med inköp avses anskaffning av varor eller tjänster. Inom det logistiska flödet är inköpen den första processen i material- och produktionsflödet. Huvudsyftet med inköpen är att upprätthålla kvaliteten och värdet av produkter, minimera kassaflödet och stärka verksamhetens konkurrenskraft. Inköparen har ett stort ekonomiskt ansvar för att inköpsandel är ca 40–60 %. Därför är det viktigt att inköparen har goda kunskaper om verksamheten. Med inköpsprocessen avses alla de aktiviteter som behövs för att skaffa produkter eller tjänster. Viktiga aspekter i en inköpsprocess är prognoser, beställningar, leveranskontroll, mottagning, lagring och betalning. Den nya alkohollagen trädde i kraft 1.3.2018 och vissa förändringar anknyter till nattklubbsbranschen.</p> <p>Studien påvisar att den nya alkohollagen inte påverkar inköpen i företagen. Företagen använder sig av liknande leverantörer, en större och några mindre leverantörer. Företagen utför inköpen manuellt utan hjälpverktyg. De större leverantörerna har egna beställningssystem på sina hemsidor. De mindre leverantörernas beställningar sköts via e-post. Trots att alla använder samma datasystem har de svårt att hålla rapporterna i realtid. Detta leder till att inget av företagen använder datasystem som hjälpverktyg. Det nuvarande inköpssättet är tidskrävande och gammaldags. Datasystemet bör uppdateras med nya egenskaper. En av egenskaperna är ett alarmsystem som visar produkter med lågt lagersaldo eller som är slut i lagret. Om rapporterna är i realtid kunde företagen använda en rapport från datasystemet som visar produkter som behöver beställas.</p>	
Nyckelord:	Inköp, inköpsprocess, alkohollagen, restaurangbransch, nattklubb
Sidantal:	35
Språk:	
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	
Identification number:	
Author:	
Title:	
Supervisor (Arcada):	
Commissioned by:	
<p>Abstract:</p> <p>This thesis examines three different restaurants, their procurement process and an improvement proposal are presented for the companies. The purpose is to gain knowledge about the purchase and procurement process of alcohol products in the bar and nightclub industry. Research issues that the work will focus on are: How is the procurement process performed in a nightclub? Where do the products come from? What type of computer systems are used?</p> <p>The empirical part of the study is a qualitative case study and semi-structured interviews are used as a research method. The information gathered relates to the theory part of the work to provide a deeper understanding of the purchasing process.</p> <p>Purchasing refers to the getting of the goods or services. In the logistical flow, purchasing is the first process of the material and production flow. The main purpose of purchasing is to maintain the quality and value of products, minimize cash flow and strengthen the competitiveness of the business. The buyer has a major financial responsibility in the purchase because the purchase share is about 40–60 %. Therefore, it is important that the buyer has good knowledge of the business. The procurement process refers to all the activities needed to purchase the products or services. Key aspects of a procurement process are forecasting, orders, delivery control, receipt, storage and payment. The new Alcohol Act came into force 1.3.2018 and some of the changes are related to the nightclub industry.</p> <p>The study shows that the new alcohol law does not affect purchases in these companies. The companies use similar suppliers, a larger and a few smaller suppliers. Companies perform purchases manually without auxiliary tools. The larger suppliers have their own ordering systems on their website. The smaller suppliers' orders are e-mailed. Although everyone uses the same computer system, they have difficulty keeping reports in real time. As a result, none of the companies use computer systems as auxiliary tools. The current purchasing method is time-consuming and old-fashioned. The computer system should be updated with new features. One of the features is an alarm system that displays low-inventory products the in storage. If the reports are in real time, companies could use just one report from the computer system that shows products that need to be ordered.</p>	
Keywords:	Purchasing, purchasing process, alcohol law, restaurant industry, nightclub
Number of pages:	35
Language:	
Date of acceptance:	

INNEHÅLL

1	INLEDNING	7
1.1	Problemformulering	8
1.2	Syfte	8
1.3	Avgränsningar	9
1.4	Begreppsdefinitioner	9
2	METOD	10
2.1	Forskningsmetoder	10
2.1.1	Val av metod och datainsamling	11
2.2	Tillvägagångssätt	12
3	TEORI	13
3.1	Inköp	13
3.1.1	Strategiskt inköp	14
3.1.2	Operativt inköp	15
3.1.3	Omvänd marknadsföring	15
3.2	Inköpsprocessen	15
3.2.1	Inköpsprocessens olika faser	16
3.3	Inköp inom restaurang- och nattklubbsbranschen	17
3.4	Alkohollagen 8.12.1994/1143	18
3.4.1	Ändringar i alkohollagen som berör restaurangbranschen	20
4	Kvalitativ studie via en intervju	22
4.1	Presentation av de intervjuade företagen	22
5	Resultatet av intervjuerna	23
5.1	Intervju av företaget A	23
5.1.1	Inköpet i företaget	23
5.1.2	Leverantörer	24
5.1.3	Inköpsprocessen	24
5.2	Intervju av företaget B	25
5.2.1	Inköpet i företaget	25
5.2.2	Leverantörer	26
5.2.3	Inköpsprocessen	26
5.3	Intervju av företaget C	27
5.3.1	Inköpet i företaget	28
5.3.2	Leverantörer	28
5.3.3	Inköpsprocessen	28

5.4	Analys och slutsatser	29
5.4.1	<i>Alkohollagen</i>	30
5.4.2	<i>Leverantörer</i>	30
5.4.3	<i>Inköp och inköpsprocessen</i>	31
5.5	Förbättringsförslag till företagen	33
6	Diskussion	34
	KÄLLOR	35
	BILAGA 1 Intervjuguide.....	38
	BILAGA 2 Transkribering av företaget A.....	40
	BILAGA 3 Transkribering av företaget B.....	43
	BILAGA 4 Transkribering av företaget C.....	47

Figurer

Figur 1. Inköpsprocessen i en nattklubb då valet av leverantören är redan utfört.....41

Tabeller

Tabell 1. Matris av de mest relevanta resultaten av intervjun.....29

Tabell 2. Matris av de mest relevanta resultaten av intervjun.....31

Tabell 3. Matris av de mest relevanta resultaten av intervjun.....33

1 INLEDNING

Med inköp menas huvudsakligen anskaffning av varor eller tjänster till företaget. Huvudsyftet med inköpen är att upprätthålla kvaliteten och värdet av företagets produkter, minimera kassaflödet och stärka organisationens konkurrenskraft (Purchasing 2018). Inköpet är det första ledet i material- och produktionsflödet och det finns risker för negativa konsekvenser i fortsatta flödet om inköpet sköts oaktsamt. Inköparna är personer som har ett stort ansvar i företaget, även stort ekonomiskt ansvar, eftersom inköpsandelen i företag är stora. Det finns flera aspekter som ska beaktas och inköpen har en påtaglig effekt på vinsten. (Storhagen 2011 s. 74–76)

Med framgångsrika inköpsbeslut kan man göra besparingar och påverka dessutom företagets resultat. Det är viktigt att inköparen har rätt kunskap inom området, köper in rätt vara och kvalitet, till rätt pris och i rätt tid. (Storhagen 2011 s. 74)

Med inköpsprocessen menas de aktiviteter som behövs för att skaffa varor eller tjänster (Logistiikan Maailma 2011 s. 39). Inköpsprocessen är delad i flera olika faser och enligt Logistiikan Maailma (2011 s. 39) är viktiga aspekter inom inköpsprocessen prognoser, beställningar, leveranskontroll, mottagning, lagring och betalning. Inköpsprocessen kan variera en del från bransch till bransch, men de huvudsakliga aktiviteterna finns alltid med.

För att kunna göra inköp av alkohol måste vissa bestämmelser beaktas. Därför finns alkohollagen och den förnyade alkohollagen med i arbetet. Syftet med alkohollagen är att förhindra skador som kan härstamma från alkoholförbrukningen (Alkohollag 8.12.1994/1143 1994). De största synliga förändringarna i den nya lagen som påverkar nattklubbar är att serveringstiden förlängs till kl. 4.00 och serveringsbegränsningarna upphör. (Näin alkoholilaki muuttuu: 15 pääkohtaa 2018)

Fokus med examensarbetet är att undersöka inköp i tre olika bar och nattklubbar, kartlägga inköpsprocessen och försöka finna ett förbättringsförslag. Intresset av inköp och inköpsprocessen inom restaurangbranschen baserar sig på min arbetserfarenhet inom branschen. Jag har arbetat länge med inköp inom restaurangbranschen och klädbranschen.

Jag har märkt att inköp inom restaurangbranschen sker ofta manuellt och avviker därvid från inköpssättet inom klädbranschens. Den förnyade alkohollagen gör ämnet aktuellt och intressant.

1.1 Problemformulering

Den förnyade alkohollagen trädde i kraft 1.3.2018. För att kunna göra inköp inom restaurangbranschen av alkoholprodukter måste de nya bestämmelserna utredas. Personer som utför inköp har stort ansvar. Inköpen måste utföras lönsamt och utan negativa konsekvenser. Den ansvariga personen måste ha så väl kännedom om branschen som kunskap om inköp.

Med framgångsrika inköpsbeslut kan man göra besparingar och påverka verksamhetens resultat. Olika dataprogram används som hjälpverktyg vid inköp inom restaurangbranschen. För att optimera effektiviteten måste inköpsprocessen i företagen först kartläggas. Därefter kan man försöka hitta förbättring till barernas och nattklubbarnas tillvägagångssätt.

1.2 Syfte

Syftet med arbetet är att få kunskap av inköp och inköpsprocessen för alkoholprodukter inom bar och nattklubbsbranschen. Arbetet fokuserar på följande forskningsfrågor:

- Hur utförs inköpsprocessen i en nattklubb?
- Varifrån kommer produkterna? Varifrån köps produkterna?
- Vem får transportera alkoholhaltiga produkter?
- Hur ser inköpet och logistiska flödet ut?
- Hur följs produkterna? Hurdana datasystem används?
- Ställer alkohollagen särskilda krav?

I arbetets empiriska del studeras inköpen i tre företag. Arbetets slutledning med rekommendationer kommer att skickas till dessa företag.

1.3 Avgränsningar

Arbetet handlar endast om inköp och inköpsprocessen av alkoholprodukter som lyder under alkohollagstiftningen. Inköp av livsmedel tillhör branschens verksamhet men läggs utanför i detta arbete.

1.4 Begreppsdefinitioner

- *EOQ (Economic order quantity)* – kallas även för Wilson-formeln. Med denna formel räknar man den ekonomiska orderstorleken. Man fastställer inköpskvantiteten tillsammans med efterfrågan, ordersärkostnader och lagringskostnader. (Storhagen 2011 s. 79)
- *Etnografi* – en term som används för att hänvisa skriftliga resultat i en kvalitativ forskning. (Bryman et al. 2005 s. 355)
- *Inköpsprocessen* – är alla de aktiviteter som behövs för att göra inköp av produkter. (Logistiikan Maailma 2011 s. 39)
- *Ledtid* – är den totala tiden som börjar från att en beställning har gjorts till den tidpunkt när varan anländer mottagaren. (Storhagen 2011 s. 77)

2 METOD

Begreppet metod är sättet eller verktyget man väljer att jobba med för att nå målet i ett arbete. Man kan skilja metodiken inom företagsekonomiska ämnesområden i två forskningsstrategier, kvantitativa och kvalitativa metoder. I den kvantitativa metoden samlar man in en stor mängd data som mäts på olika sätt. Man bygger upp statistik som sedan analyseras. I kvalitativa metoden samlas material exempelvis genom intervjuer, som kan vara ostrukturerade eller semistrukturerade. Därefter försöker man bedöma och tolka texterna. (Metod 2018)

2.1 Forskningsmetoder

Som ovan redan nämnt, är forskningsmetoderna inom företagsekonomisk forskning skilda till två olika; kvalitativ och kvantitativ. Det finns en tydlig skillnad mellan dessa forskningsmetoder. Kvantitativ forskning består av siffror och deltagarnas uppfattning, medan kvalitativ forskning baserar sig på ord som samlas in exempelvis via intervjuer. Dessa två forskningsmetoder kan överlappa varandra vilket kan i vissa fall göra valet av en metod svårare. En kvantitativ undersökning brukar vara väl strukturerad och det är forskaren som styr ämnet, medan i en kvalitativ undersökning är det deltagarnas uppfattning som skall tolkas. (Bryman et al. 2005 s. 322)

Kvantitativ forskningsmetod är en insamling av numeriska data. De fyra viktigaste dragen i undersökningen är mätning, kausalitet, generalisering och replikation. Den kvantitativa forskningsmetoden arbetar inte endast med siffror. Den förutsätter också teoretisk kunskap och en ontologisk position. I denna metod använder man sig av strukturerade observationer och enkäter m.m. som sedan analyseras med hjälp av exempelvis ett SPSS-program. Metoden är väl strukturerad och frågeställningar som undersöks är tydligt uppsatta. (Bryman et al. 2005 s. 322–323)

Enligt Bryman et al. (2005 s. 297) är de två viktigaste metoderna i kvalitativa datainsamlingen deltagande observation och etnografi. I en deltagande observation deltar forskaren i en social miljö under en viss tid och observerar vad som händer i miljön, samt gör fältanteckningar och skriver sedan en rapport om helheten. Begreppet kvalitativa intervjuer täcker både termen ostrukturerad och semi-strukturerad intervju. Intervju är den

mest använda metoden. Intervjuer som datainsamlingsmetod är flexibelt vilket gör att forskaren gärna väljer metoden. I en ostrukturerad intervju kan forskaren exempelvis ha bara en fråga inom ett visst tema som undersöks och intervjupersonen får fritt tala om ämnet. I en semi-strukturerad intervju har forskaren färdiga frågor och använder detta som intervjuguide, men intervjupersonen har ändå stor frihet att utforma svaren. Intervjuaren följer inte nödvändigtvis intervjuguiden som gjort, utan kan fritt ställa frågorna i vilken ordning som helst. (Bryman et al. 2005 s. 360–367)

Fallstudie är en undersökningsdesign som är en mer detaljerad studie av ett enda fall, exempelvis av en viss plats eller ”lokal”, såsom en arbetsplats eller någon viss organisation. En fallstudie är en mera intensiv studie av miljön eller situationen man vill studera. Fallstudier brukar förknippas med kvalitativa forskningsmetoder men det stämmer inte. I fallstudier kan flertal kvalitativa metoder kombineras. Då kan man undvika att förlita sig bara på en enda metod eller ett enda angreppssätt. En fallstudie skiljer sig från andra tillvägagångssätt är att forskaren har intresse för ämnet som studeras och vill belysa unika drag för ett specifikt fall. (Bryman et al. 2005 s. 71–74)

Det finns tre olika typer av fall:

- Det kritiska eller avgörande fallet. Forskaren har en tydligt beskriven hypotes och väljer ut ett fall som ger en bättre förståelse av de betingelser där hypotesen antingen håller eller visar sig att vara otillräcklig.
- Det unika fallet. Det unika fallet som noterar ett vanligt fokus i kliniska studier.
- Det informationsrika eller avslöjande fallet. Det är ett informationstätt fall som har en forskare som har möjlighet att observera en företeelse som inte förr varit tillgänglig för vetenskapliga studier. (Bryman et al. 2005 s. 73–74)

2.1.1 Val av metod och datainsamling

När det gäller valet av forskningsmetoden och datainsamlingen är det viktigt att känna till skillnaderna mellan dessa. I detta arbete används en kvalitativ forskningsmetod för att tonvikten vid insamlingen av data ligger mera på ord än siffror. Jag kommer att samla in

information som anknyter sig till teoridelen i arbetet för att få en djupare förståelse om inköpsprocessen.

Datainsamlingsmetoden kommer att vara en semi-strukturerad intervju. Jag har valt att utföra semi-strukturerade intervjuer eftersom denna metod ser ut passa bäst för arbetet. En semi-strukturerad intervju ger mig mera utrymme och en möjlighet att ställa kompletterande frågor. Därtill är en semi-strukturerad intervju mer flexibel. Den ger möjlighet att röra sig friare i olika riktningar, vilket är viktigt för att komma över relevant information.

2.2 Tillvägagångssätt

I detta kapitel redogörs hur examensarbetet kommer att byggas upp.

Arbetet började med att söka ett intressant och relevant tema samt formulera ett syfte och forskningsfråga. För teoridelen kommer jag att söka relevant information från litteraturkällor och internet. Därefter kommer jag att planera en intervjuguide som är semi-strukturerad. I den empiriska delen kommer jag att studera inköpen i tre företag, för att nå ett tillförlitligt resultat. Företagen kommer inte att namnges utan kallas för A, B och C. Företaget A är en nattklubb i Helsingfors centrum. Företaget B är en nattklubb i Tammerfors centrum. Företaget C är en mindre bar i Helsingfors centrum. Informanterna i företagen är ansvariga personer i sina företag. Intervjuerna kommer att utföras då intervjuguiden blir färdig.

Efter att intervjuerna är utförda, transkriberar jag intervjuerna. Sedan kan jag utreda resultat. Arbetet avslutas med en diskussion och förbättringsförslag till företagen.

3 TEORI

Teoridelen i arbetet består av faktainsamling av inköp i allmänhet, relevant information om inköpsprocessen och inköp av alkoholhaltiga drycker, alkohollagstiftningen och den förnyade lagstiftningen och även information om logistik inom alkoholbranschen.

3.1 Inköp

Med inköp avses alla de aktiviteter som sker mellan företaget och leverantörerna. Inom det logistiska flödet är inköpet den första processen i material- och produktionsflödet. Därför är det viktigt att inköp utförs rätt för att det inte skall uppstå negativa konsekvenser i flödet. Ett dåligt beslut inom inköp kan påverka negativt företagets resultat. Därför är inköpet och dess process en viktig del av företagets logistik. (Storhagen 2011 s. 74) Storhagen (2011 s. 74) beskriver inköpets uppgift som att köpa in rätt kvalitet, vid rätt tid, rätt kvantitet och för rätt pris, dvs. utgångspunkten till ett lyckat inköp är rätt pris, kvalitet, försörjning och kvantitet/tid.

I boken *Logistiikan Maailma* (2011 s. 31) lyfts fram viktigheten av inköparens förståelse och aktivitet i inköpsverksamheten inom det logistiska flödet så att leverantörer och produkter utvecklas.

Inköpet är grunden till handeln, men med dagens ekonomiska situation, marknader och hela affärs miljön gör att inköpet har blivit mer mångsidigt, komplicerat och krävande under de senaste åren. (*Logistiikan Maailma* 2011 s. 39)

Inköpskostnadernas andel är stor i förhållande till företagets totala kostnader. Därför är det viktigt att inköpskostnaderna är låga. Enligt Storhagen (2011 s. 74–75) är inköpsandel ca 40–60 %, vilket betyder att inköpskostnaderna vanligtvis är de största kostnader i en verksamhet. Eftersom inköpskostnadernas andel är så stor, har inköparna ett stort ekonomiskt ansvar och därför är rätta inköpsbeslut viktiga. På grund av en konstant utveckling inom inköp kommer andelen av kostnaderna eventuellt ännu att stiga i framtiden. När inköp utförs är det viktigt att tänka på *kvaliteten*. Inköparen måste alltid göra lönsamma beslut. Men det billigaste *priset* är inte alltid det mest lönsamma. För att hitta

den rätta *kvaliteten* till det rätta *priset*, bör företagets olika avdelningar samarbeta väl. Rätt kvalitet på produkter och på råmaterial är viktigt för att minimera kostnader. (Storhagen 2011 s. 76)

Samma sak gäller vid val av leverantörer som vid val av varor som köps in. Det billigaste priset ger inte nödvändigtvis en bättre lönsamhet. Företag är känsliga för dålig leveransservice. Därför är det viktigt att överväga noga om man skall välja det billigaste alternativet. För att förebygga risker kan man anlita flera leverantörer för en vara. Men då kan man förlora kvantitetsrabatter. Leveransförmågan och den geografiska placeringen är också viktigt att beakta vid valet. (Storhagen 2011 s. 77)

Att köpa in rätt *kvantitet* av varor är viktigt. Här bör man beakta ordersärkostnaderna och lagringskostnaderna. Om företaget känner till efterfrågan, ledtiden och sina kostnader kan man tillämpa den klassiska formeln EOQ (*Economic Order Quantity*). *EOQ-formeln*, eller *Wilson-formeln* som det också kallas för, används för att fastställa den ekonomiska orderstorleken. (Storhagen 2011 s. 78–79)

3.1.1 Strategiskt inköp

Strategiskt inköp innefattar bland annat planering och utveckling av verksamheten, utveckling av relationer mellan köpare och leverantörer, prognoser och urval och utvärdering av leverantörer. Strategiska inköp utförs vanligen proaktivt. Med proaktivt inköp strävar man till värdeskapande, exempelvis att minska lagerkostnaderna och antalet leverantörer. På dessa punkter skiljer sig proaktivt inköp från reaktivt inköp. (Strateginen hankintoimi 2018)

Informationen är viktig i strategiskt inköp. Tidig tillgång till rätt information möjliggör bättre kontroll av verksamheten, långsiktig utveckling av verksamheten och bättre riskhantering. (Strateginen hankintoimi 2018)

3.1.2 Operativt inköp

Operativt inköp innefattar dagliga rutiner, såsom orderhantering, fakturering och leveranskontroll. Operativt inköp är reaktivt, dvs. fokus ligger på inköspriser och kostnader. Vid reaktiva inköp vill inte minska mängden produkter eller leverantörer som tillhandahåller ett lager eftersom dessa beaktas som riskhanteringsverktyg. (Operatiivinen ostotoiminta 2018)

3.1.3 Omvänd marknadsföring

Det är viktigt att inköparen vet hur marknadssituationen ser ut, och kan även marknadsföra sin verksamhet ur sitt eget perspektiv till leverantörerna. Detta kallas för Reverse Marketing. (Ostomarkkinointi 2018)

3.2 Inköpsprocessen

Inköpsprocessen omfattar alla aktiviteter som behövs för att skaffa produkter eller tjänster. Enligt Logistiikan Maailma (2011 s. 39) är viktiga aspekter i inköpsprocessen prognoser, beställningar, leveranskontroll, mottagning, lagring och betalning. Inköpsprocessen kan indelas enligt följande: behov/inköpsförslag, anbudsförfrågan, jämförelse av anbud, leverantörsväl, köpförhandling, avtal, orderläggning, godkännande/klagomål, godkännande av leverantör och leverantörsutvärdering/uppföljning. (Logistiikan Maailma 2011 s. 39)

Åtgärderna i inköpsprocessen beror naturligtvis bland annat på varans art, beställningen och avtalet. Således kan inköpsprocessen vara mycket kortare än den som beskrivits ovan, exempelvis en offert skickas inte alltid. Ibland måste man leta efter nya leverantörer, där sökprocessen uppmanar för en offert åt leverantörer. Före man ingår ett avtal med nya leverantörer brukar man vanligtvis be efter provexemplar av produkterna. I de olika faser av inköpsprocessen är också dokumentationen viktig. En bra dokumentation möjliggör en transparent verksamhet och bra kontroll. Vid inköp behövs olika dokument som kan standardiseras. (Logistiikan Maailma 2011 s. 39)

3.2.1 Inköpsprocessens olika faser

Inköpsprocessen är delad i flertal olika steg. Första steget är *specificeringsfasen*, där man kartlägger företagets behov av att köpa eller tillverka varorna (Van Weele 2012 s. 77). I första steget enligt Expowera (Inköpsprocessen 2018) gör man kravspecifikation som kan innehålla:

- Beskrivning av produkterna och leveranssättet.
- Produktens kapacitet.
- Beskrivning var produkterna skall användas.
- Krav på kvaliteten.
- Logistiska specifikationer: Ledtiden, volymen av produkterna och arbetstimarna.
- Kostnadsramar, budget, betalningssätt etc. (Inköpsprocessen 2018)

Då ett företag planerar att köpa in varan för första gången brukar inköparen göra en *anbudsförfrågan*. Den skall vara noggrant specificerad med bl.a. kvalitet, mängd, ledtid, transportsätt, förpackning, försäkringen etc. (Inköpsprocessen 2018)

Valet av leverantör är det viktigaste steget i inköpsprocessen och många saker måste beaktas. Man summerar kravspecifikationer för inköpet med de anbud som leverantörerna har givit. Därefter försöker man hitta flera olika lämpliga leverantörer. Leverantörer som har ett bra rykte skall prioriteras. Därtill kan företaget be av leverantörerna referenser. Vanligen väljer företaget tre till fem potentiella leverantörer som man ber anbud från. Sedan jämförs leverantörerna med varandra och processen avsluts med valet av de mest passliga leverantörer. Alla leverantörer som varit med i jämförelsen bör informeras av vilken anledning de inte blivit valda. (Van Weele 2012 s. 7678)

Efter att leverantörerna är valda, börjar *förhandlingen* och kontakter mellan leverantörer och företaget skrivs. Kontraktet skall innehålla all information om:

- Förberedelsen
- Själva förhandlingen

- Avslutet (Inköpsprocessen 2018)

När förhandlingarna är genomförda och man har kommit överens alla detaljer har överenskommit kan man lägga in en inköpsorder. I vissa fall fungerar inköpsordern som ett avtal (Inköpsprocessen 2018).

Företaget gör en *uppföljning* av de levererade varorna från packsedeln som är bifogad. Även kostnaderna och kvaliteten uppföljs. Goda relationer med leverantörer är alltid viktiga. Då är det lättare att hantera effektivt eventuella problem. (Inköpsprocessen 2018)

3.3 Inköp inom restaurang- och nattklubbsbranschen

En inköpare inom restaurangbranschen måste ha goda kunskaper om verksamheten. Inköparen måste också känna till de olika bestämmelserna om livsmedelskvalitet, produktion, bearbetning, märkning, transport och säkerhet. För att en verksamhet skall löpa effektivt, måste köparen ha en bra förståelse av inköpsprocessen inom restaurangbranschen och vara bekant med den teknik som finns tillgänglig för att förenkla och förbättra processen. (Purchasing and Inventory, Chapter 5 Summaries 1995–2011)

Det finns fyra huvudsakliga inköpsmål: upprätthålla rätt leverans av produkter och tjänster, upprätthålla verksamhetens kvalitetsstandarder, minimera det belopp som driften spenderar och förbli konkurrenskraftig med liknande operationer. Inköparna måste fullt ut förstå och sträva efter att uppnå dessa inköpsmål för att driva en framgångsrik operation. (Purchasing and Inventory, Chapter 5 Summaries 1995–2011)

I den växande dryckesindustrin är restaurangchefens roll att genomföra fyra stora aktiviteter; kommunikation, kostnadsstyrning, förbättring av intäkter och prognoser – för att uppnå avyttrade finansiella resultat för företaget. Kommunikation är den pågående processen att utbyta information mellan olika avdelningar inom och utanför organisationen. (Ojugo 2010 s. 5)

3.4 Alkohollagen 8.12.1994/1143

Detta kapitel handlar om alkohollagen, vilka alkoholprodukter tillhör lagen, försäljning i restauranger, transport, lagring samt reklam för alkoholdrycker. Den nya alkohollagen trädde i kraft 1.3.2018. Syftet med alkohollagen är att förhindra skadeverkningar som kan härstamma från alkoholhaltiga drycker. Lagen omfattar följande:

"Denna lag gäller alkoholhaltiga ämnen, tillverkning, import, export, försäljning och annan överlåtelse, användning, innehav och transport av sådana ämnen samt reklam för alkoholdrycker. Om alkoholhaltiga ämnen i form av läkemedel eller läkemedelspreparat stadgas särskilt." (Alkohollag 8.12.1994/1143 1994)

I paragraf 3§ har det kommit flera ändringar i definitionerna 4.1.2001/1. Definitionerna i lagen betyder följande:

- Till alkoholhaltiga ämnen räknas de drycker som innehåller över 2,8 volymprocent etylalkohol.
- Behandling som kallas denaturering; när ett alkoholhaltigt ämne tillsats av andra ämnen för att göra drickan odrickbar.
- Som alkoholfri dryck räknas en dryck som innehåller högst 2,8 volymprocent etylalkohol, samt;
- Alkoholbolag som är statsägt aktiebolag, som uppgift i denna lag med ensamrätt utöva detaljhandel. (Alkohollag 8.12.1994/1143 1994)

Till alkoholhaltiga ämnen inräknas alkoholdrycker, alkoholpreparat och sprit enligt följande:

- *Alkoholhaltigdryck* som innehåller högst 80 volymprocent etylalkohol,
- Med *svag alkoholdryck* menas en dryck som innehåller högst 22 volymprocent etylalkohol
- Alkoholdryck med mer än 22 volymprocent etylalkohol räknas som *stark alkoholdryck*
- Med sprit menas etylalkohol eller en vattenlösning av etylalkohol som innehåller mer än 80 volymprocent etylalkohol och det är inte denaturerat,

- Alkoholpreparat som är ett alkoholhaltigt ämne men som inte är en alkoholdryck och kan även vara denaturerat. (Alkohollag 8.12.1994/1143 1994)

Inom restaurangbranschen följer man lagen som gäller tillståndet för detaljhandeln. Det krävs tillstånd för att få sälja alkoholprodukter. Detaljhandelstillstånd för alkoholdrycker kan beviljas till restaurangverksamheter då de ses ha tillförlitlighet som krävs av verksamheten, samt att försäljningen är ordnad så att den kan övervakas effektivt. Om restaurangen inte följer lagen kan de få en anmärkning, förkortade försäljningstider eller förlora sitt tillstånd för en viss tid eller permanent. (Förordning om alkoholdrycker och sprit 1994)

För att restauranger skall få sälja alkohol behöver de ett serveringstillstånd som är giltigt för ett visst serveringsställe. Det bör alltid finnas en ansvarig föreståndare i restaurangen och ett visst antal ställföreträdare för den ansvarige. De som är ansvariga föreståndare måste ha lämplig utbildning och erfarenhet, dvs. minst två års heltidsarbete med servering av alkohol eller minst ett års heltidsstudier inom restaurangbranschen. Restaurangpersonalen är ansvarig över att inte servera till kunder under 18 år. Om det finns anledning till alkoholmissbruk eller om det uppstår störningar eller om personen är för berusad, även serveringmängden hålls vid en alkoholservering per kund, i sällskap får alkoholdrycker serveras flaskvis. Restaurangen får inte servera alkoholdrycker på kredit eller mot pant. I restaurangen måste personen som köper alkohol, styrka sin ålder för personalen med legitimation vid behov så att personalen vet att kunden är äldre än åldersgränsen. (Förordning om alkoholdrycker och sprit 1994)

Enligt Valvira har restaurangen rätt att välja sina kunder om de har en motiverad orsak till detta. (Frågor och svar om reformen av alkohollagen 2018)

Alkohollagen kräver att restauranger har även tillräckligt med svaga alkoholdrycker samt alkoholfria till ett skäligt pris. Serveringstiden på restauranger är tillåtet till kl. 1.30, men med specialtillstånd får man sälja alkoholprodukter ända till kl. 3.30. För att få tillstånd till förlängd försäljningstid skall en ansökan lämnas in skriftligt hos regionsförvaltningsverket. (Förordning om alkoholdrycker och sprit 1994)

För starka alkoholdrycker är reklam, indirekt reklam och annan verksamhet för att främja försäljningen förbjuden. Svaga alkoholdrycker kan främjas om vissa villkor följs noggrant. Utanför restauranger är alkoholreklamer förbjudna. (Förordning om alkoholdrycker och sprit 1994)

Alkoholprodukter i större mängder får transporteras enligt lagen endast av personer som har rätt tillstånd till detta, samt får chauffören inte vara under 20 år gammal. Svaga alkoholprodukter får transporteras tillfälligt av personer som fyllt 18 år. Lagringen av alkohol måste utföras enligt bestämmelserna. (Förordning om alkoholdrycker och sprit 1994)

3.4.1 Ändringar i alkohollagen som berör restaurangbranschen

Den nya alkohollagen L 28.12.2017/1102 trädde i kraft 1.3.2018. I detta kapitel lyfts fram endast de förändringar som berör restaurangbranschen, dvs. i detta arbete nattklubbsbranschen.

Förändringar:

- Separata A och B serveringstillstånd upphör, i fortsättningen behövs bara ett serveringstillstånd som man får dispensera alla alkoholhaltiga drycker. Restauranger har rätt till att sälja ut 5,5 % haltiga alkoholdrycker. (Näin alkoholilaki muuttuu: 15 pääkohtaa 2018)
- Tillstandsnumret ändrades automatiskt då nya lagen infördes och inköp av alkoholdrycker utförs med nya tillstandsnumret från 1.3.2018 framåt. Inga åtgärder krävs av innehavaren av serveringstillstånd. (Frågor och svar om reformen av alkohollagen 2018)
- Ansvarige föreståndarens kompetenskrav upphör, samt kontrollbehovet men en ansvarig person måste alltid finnas på plats och måste ha fyllt 18 år. (Frågor och svar om reformen av alkohollagen 2018)
- En person som har fyllt 16 år får servera alkohol endast under ansvarige föreståndarens övervakning. (Näin alkoholilaki muuttuu: 15 pääkohtaa 2018)
- Serveringsbegränsningar upphör, dvs. dubbeldoser är tillåtna. (Näin alkoholilaki muuttuu: 15 pääkohtaa 2018)

- Alkoholdrycker får säljas endast i öppnade förpackningar eller i glas eller andra kärl. (Frågor och svar om reformen av alkohollagen 2018)
- En plan för egenkontroll skall göras för att säkerställa verksamhetens lagenlighet. (Frågor och svar om reformen av alkohollagen 2018)
- Kreditförbudet upphör (tidigare fick man inte köpa alkohol med kredit)
- Serveringstiden slutar kl. 1.30, men man behöver bara meddela regionsförvaltningsverket för att få förlängd tid.
- Serveringstiden förlängs till kl. 4.00 efter att meddelandet har lämnats in.
- Restauranger får själv välja när de stänger, men förtäring av alkoholdrycker slutar kl. 4.00.
- Annonsering på priserbudanden upphör. (Näin alkoholilaki muuttuu: 15 pääkoh-
taa 2018)
- Reklam för starka alkoholdrycker är förbjudet, men som undantagsvis får restauranger presentera sina produkter på prislistor på nätet. (Frågor och svar om reformen av alkohollagen 2018)

4 KVALITATIV STUDIE VIA EN INTERVJU

Undersökningen baseras sig på en kvalitativ studie som är utförd genom intervjuer. För att få relevant och tillförlitlig information om ämnet valde jag att intervjua företagets ansvariga personer. Enligt överenskommelse med företagen, håller jag företagen anonyma och kallar dem för ”företag A”, ”företag B” och ”företag C”, dvs. jag kommer inte att nämna företagen med deras riktiga namn. Inledningsvis gör jag en kort presentation av företagen.

4.1 Presentation av de intervjuade företagen

Företaget A är en nattklubb belägen i Helsingfors och är ägs av ett bolag som jag kallar i detta arbete för ”börsbolag X”. Börsbolaget X är grundat år 1996. De äger sig ca 22 restauranger i Finland, även i Danmark. Nattklubben hör till en av de största i Helsingfors och öppnades i början av 2017. Företaget A har öppet från fredag–söndag från kl. 23.00–5.00 och har ungefär 22 fastanställda. Under vintertid arbetar där 10–12 bartendrar, fyra glasplockare/diskare, fyra bordförsäljare och en restaurangchef och en skiftchef (garde-robpersonalen inkluderas inte). Nattklubben serverar endast alkoholdrycker och icke alkoholdrycker, dvs. ingen mat serveras.

Företaget B är beläget i Tammerfors och är ett populärt ställe. Nattklubben ägs av privata personer som äger också tre andra ställen i Tammerfors. Företaget B öppnades på sommaren 2018. I övre våningen finns en vinbar och i nedre våningen finns nattklubben där man tidvis har live-musik. Företaget har ca 18 anställda. Deras öppettider är från måndag till torsdag kl. 15.00–2.00 och nattklubben serverar kunderna onsdag, fredag till söndag kl. 12.00–5.00. Nattklubben och vinbaren serverar endast alkoholprodukter, alltså ingen mat.

Företaget C är en mindre bar i Helsingfors, som öppnades år 2016. De har specialiserat sig på cocktails men serverar även mat i form av tapas. Företaget ägs av privata personer som äger också sju andra barer och restauranger i Helsingfors. Öppettider för företaget C är från måndag till torsdag kl. 15.00–23.00, på fredagen kl. 14.00–2.00 och lördagen kl. 12.00–24.00. De har ungefär 6 anställda.

5 RESULTATET AV INTERVJUERNA

I detta kapitel redovisas resultaten av de tre olika intervjuerna av tre olika företagen. Först redovisas resultaten företagsvis och senare jämförs de.

5.1 Intervju av företaget A

Intervjun utfördes 8.11.2018 kl. 12.00 vid företagets nattklubb i Helsingfors. I början av intervjun kom det fram information om företagets verksamhet och intervjupersonens bakgrund. Nattklubben serverar från fredag till söndag kl. 23.00–5.00. Alkoholdrycker och icke-alkoholdrycker, men ingen mat.

5.1.1 Inköpet i företaget

Vissa tillstånd är nödvändiga för att få sälja alkohol. Det kom fram att företaget måste ha alkoholtillstånd för att kunna köpa in och få sälja alkohol. Nya alkohollagen trädde i kraft 1.3.2018 med en del förnyelser. Den nya lagen har inte påverkat nattklubbens verksamhet. Enda betydande förändringen var att nattklubbens öppettider blev förlängda från kl. 4.00 till 5.00 och försäljningstiden förändrades från kl. 3.30 till 4.00. Ingen betydande förändring har ännu skett i åtgången av alkoholprodukter. De nya förändringarna har inte påverkat beställningsmängden av alkoholprodukter. Företaget A har inte någon budget för inköpen. Intervjupersonen berättade att de gör inköp med sunt förnuft. Företaget behöver inte granska priserna när de gör beställningar. Intervjupersonen arbetar som skiftchef i restaurangen. Hon är en av cheferna som gör beställningarna. Företaget A har en restaurangchef och en skiftchef som ansvarar över inköpen i företaget. För att kartlägga behovet av mängden alkohol som skall köpas in, brukar cheferna granska alla bardisk och lager för att få kännedom vilka produkter som är slut eller håller på och ta slut. Beställningar utförs enligt behoven som de får genom denna manuella granskning. Enligt respondenten utförs beställningarna i företaget A en gång i veckan. Då kartlägger man behovet bara av det nödvändiga för veckan. När inköpen utförs en gång i veckan, blir inte lagret för stort. Då de utför sina inköp använder de inga särskilda verktyg. Allt utförs manuellt trots att företaget har ett dataprogram som skulle kunna ge behövlig information för att underlätta inköpen. Dataprogrammet heter Restolution. Programmet kan ge uppgifter i realtid men

på grund av att packsedlar, drinkbiljetter och svinn inte införs i tid, måste inköpen förberedas manuellt.

5.1.2 Leverantörer

För att företaget A är ett dotterbolag i börsbolaget X har de färdiga inköpsavtal som de måste följa. Börsbolaget har valt leverantörerna i förväg för alla deras enheter. Deras huvudsakliga leverantör är Sinebrychoff. Andra leverantörer som företaget använder regelbundet är PM-Juomatukku, Viinitie och Moët & Hennessy. Alla deras leverantörer har två dygns ledtid och leveransen sker på onsdagen och fredagen. För att ha produkterna levererade till onsdagen måste beställningen vara inne på måndagar före kl. 17.00. Om man har glömt något från onsdagens beställning kan företaget utföra en tilläggsbeställning till fredagen. Enligt respondenten har företaget A inga särskilda leveransvillkor med respektive leverantörer som hon skulle komma ihåg utantill. Fel i leveranserna är sällsynta. Vissa misstag har uppkommit, exempelvis har en produkt saknats eller en fel produkt har levererats.

5.1.3 Inköpsprocessen

Leverantörer har olika sätt att ta emot beställningar. Sinebrychoff har ett beställningssystem på sin hemsida där man kan sätta in sin beställning. Om systemet inte fungerar kan man utföra beställningen via telefon. Från Sinebrychoff får man orderbekräftelsen omgående. Till de andra leverantörerna görs beställningarna via e-post och inköpsordern bekräftas senast följande vardag. Då beställningen anländer till företagets lager, granskas den oftast av cheferna som jämför uppgifterna i packsedeln med varorna i leveransen. Efter att beställningen är granskad matas uppgifterna in i *Restolution*. Därefter syns påfyllningen i lagerbokföringen.

Tabell 1. Matris av de mest relevanta resultaten av intervjun

Företag A	Svar
Har nya alkohollagen påverkat inköpen?	Inga betydande förändringar har märkts åtminstone ännu, fastän försäljningstiden förlängdes med 30 minuter.
Leverantörerna som företaget använder?	Deras största leverantör är Sinebrychoff, mindre leverantörer är PM-juomatukku, Viinitie och Moët & Hennessy.
Vilka verktyg använder inköparen?	Inga. Företaget utför inköpen manuellt fastän de har Resto-lution som dataprogram.
På vilket sätt görs beställningarna?	Beställningarna till Sinebrychoff utförs via leverantörens egna beställningssystem på nätet. Resten utförs via e-post.

5.2 Intervju av företaget B

Intervjun utfördes 8.11.2018 kl. 16.00 i Tammerfors i företagets restaurang. Intervjun började med att respondenten berättar kort om företagets verksamhet och om sina upp-gifter. Respondenten är nattklubbens restaurangchef och partner i företaget. Restaurangen säljer endast alkoholdrycker, icke-alkoholdrycker. I nedre våningen har de nattklubb och övre våningen finns en vinbar.

5.2.1 Inköpet i företaget

För att kunna köpa in alkoholprodukter behöver företaget ett alkoholtillstånd som måste vara i kraft. Enligt respondenten har det inte uppstått betydande förändringar på grund av den nya alkohollagen. Enda märkbara förändringen är en förlängd öppetid, men den har inte påverkat inköpen. Företaget B har ingen inköpsbudget. De kartlägger behovet av produkter en vecka i taget, eftersom de inte känner till de kommande veckornas evene-mang. I företaget B utför cheferna inköpen. Då inköpsavtalen utfördes var restaurangche-fen och verkställande direktören med. Under intervjun kommer det fram att inköpen i företaget utförs enligt uppskattning av produkter som har gått åt föregående vecka eller

t.om. föregående år under motsvarande dag. Denna information får företaget från sitt dataprogram. Uppgifterna är inte alltid i realtid, därför granskas mängderna i baren och i lagret. Företaget B beställer från mindre leverantörerna en gång i veckan och från de större leverantörerna tidvis två gånger i veckan. Inventering av lagret utförs bara en gång i månaden och ingen inventering utförs före beställningarna. Respondenten berättar att företaget B använder dataprogrammet *Restolution*. Hon anser att Restolution är det bästa dataprogrammet som finns. Restolution har omfattande rapporter som kan användas i arbetet. Trots det utnyttjas inte alla möjligheter.

5.2.2 Leverantörer

Genom ett anbudsförfarande har företaget B kommit till valet av sina leverantörer. Leverantörerna med bästa villkor blev valda men även personliga kontakter hade inverkan på valet. Under intervjun kom det fram att Sinebrychoff är deras största leverantör. De övriga leverantörerna är Solera, Tampereen viinitukku, PM-Juomatukku, Moët & Hennessy och Kespro. Sinebrychoff har två dygns ledtid och de övriga leverantörerna kan leverera till och med nästa dag. Enligt respondenten får man bästa servicen från små leverantörer. I Tammerfors finns även en grosshandel som är öppen på lördagar om det blir brist av produkter. När det blev tal om leveransvillkor för respektive leverantörer, svarade respondenten att det egentligen finns inga villkor från leverantörens sida utan företaget B är den som ger villkoren. Det kom även fram att några leverantörer kan ha villkor med leveransen exempelvis minimumstorlek på inköpen, men vanligtvis går leverantörerna med på företaget B:s önskan. Respondenten berättar även att leverantörer har börjat utkontraktera transporter, exempelvis Moët & Hennessy:s beställningar levereras av Posten. Respondenten säger att det händer misstag från både företagets och leverantörernas håll. Felen är aldrig stora och brukar orsakas av mänskliga misstag som brukar kunna rättas till inom ett dygn. Vanliga fel som kan uppstå är skrivfel av mängden eller att fel produkter levereras.

5.2.3 Inköpsprocessen

Beställningar till de större leverantörerna utförs via deras egna nätsida. Produkterna matas in i ett beställningssystem och orderbekräftelsen får omgående. Mindre leverantörer

kräver att beställningen utförs via e-post. Orderbekräftelsen kommer inom ett dygn. Då leveransen anländer granskas att varorna motsvarar uppgifterna i packsedeln. Vid avvikelser informerar arbetaren sin chef som sedan kontaktar leverantören. Uppgifterna i packsedeln matas in i Restolution av skiftchefen eller av någon annan förman. Då granskar alla priser.

Tabell 2. Matris av de mest relevanta resultaten i intervjun

Företag B	Svar
Har nya alkohollagen påverkat inköpen?	Inga betydande förändringar har skett p.g.a. nya alkohollagen.
Leverantörerna som företaget använder?	Deras största leverantör är Sinebrychoff, de mindre leverantörer är Solera, Tampereen viinitukku, PM-juomatukku, Moët & Hennessy och Kespro.
Vilka verktyg använder inköparen?	Inga. Företaget utför inköpen manuellt fastän de har Restolution som dataprogram.
På vilket sätt görs beställningarna?	Beställningarna till Sinebrychoff utförs via leverantörens egna beställningssystem på nätet. Resten utförs via e-post.

5.3 Intervju av företaget C

Intervjun utfördes 21.11.2018 kl. 9.30 i restaurangen i Helsingfors. Intervjun började med en kort presentation av företaget C. Restaurangen är en tapasrestaurang med en bar- och cocktailavdelning som är längre uppe.

5.3.1 Inköpet i företaget

Företaget C:s delägare är Viinitie som också är en av deras leverantör. Vid inköpsprocessen måste företaget beakta vissa bestämmelser. Största delen av alkoholprodukterna måste beställas från delägaren Viinitie. Övriga leverantörer måste vara accepterade av Viinitie. Den nya alkohollagen har inte påverkat företagets verksamhet på något sätt. Enligt respondenten har företaget ingen särskild budget som måste följas vid inköpen. Restaurangchefen är ansvarig för inköpen genom beställningarna. Inköpen utförs en gång i veckan manuellt med granskning av produkterna i lagret och baren. Produkterna inventeras en gång i månaden. Respondenten sade att de inte använder verktyg till hjälp vid inköpen utan allt görs manuellt. Men hon nämnde att vid hennes tidigare arbetsplats HOK-Elanto användes dataprogrammet Cathrine. Med hjälp av dataprogrammet detta program kunde de få en rapport om lagervärdet i realtid. Tack vare detta kunde beställningarna utföras mycket lättare. Företaget C använder dataprogrammet Restolution som kan fungera i realtid men denna möjlighet utnyttjas inte.

5.3.2 Leverantörer

Företag C:s leverantörer är Viinitie, Hartwall, Heinon Tukku, Vinoble, Bar Back och A-tukku. Vid valet av leverantörer har företaget skickat en anbudsförfrågan till flera leverantörer. Leverantörerna har olika ledtider. De flesta har ett dygns ledtid. Hartwalls ledtid var tidigare ca 1,5 vecka men idag har företaget C ett bättre kontrakt med Hartwall. Nu är ledtiden bara tre dygn. Hartwall är den enda leverantören som har ett leveransvillkor som förutsätter ett visst minimum kvantitet vid en beställning. Från övriga leverantörer är det möjligt att beställa även små mängder. Respondenten ansåg att det inte uppstår ofta fel i inköpen eller leveranser. Små fel kan uppstå såsom skrivfel eller att leveransen innehåller mera produkter, särskilt vid leveransen från Viinitie.

5.3.3 Inköpsprocessen

Största delen av beställningarna utförs via e-post och endast de större leverantörerna har egna beställningssystem på nätet. Färdiga beställningssystem som Hartwall och Heinon Tukku har på deras hemsidor, ger orderbekräftelsen omgående. Beställningarna som utförs via e-post brukar bekräftas under dagens lopp. När beställningen kommer fram till

restaurangen är det restaurangchefens uppgift att granska leveransen och mata in uppgifterna packsedlarna in i Restolution.

Tabell 3. Matris av de mest relevanta resultaten i intervjun

Företag C	Svar
Har nya alkohollagen påverkat inköpen?	Ingen förändring.
Leverantörerna som företaget använder?	Deras huvudsakliga leverantörer är Viinitie och Hartwall och Heinon tukku, de mindre leverantörerna är Vinoble, Bar Back och A-tukku.
Vilka verktyg använder inköparen?	Inga. Företaget utför inköpen manuellt trots att de har Restolution dataprogrammet.
På vilket sätt görs beställningarna?	Hartwall och Heinon Tukku har egna beställningssystem på deras hemsida. Resten av beställningarna utförs via e-post.

5.4 Analys och slutsatser

I följande analyserar jag materialet från intervjuerna och gör slutsatser. Fokus i analysen är inverkan av alkohollagen, leverantörerna, inköp och inköpsprocessen.

Alla personer som blev intervjuade till undersökningen var ansvariga personer i restaurangen och hade tillräcklig kunskap att ge svar på frågorna. Alla respondenter hade liknande arbetsbakgrunder.

5.4.1 Alkohollagen

För att få köpa in alkoholprodukter måste företaget ha ett giltigt alkoholtillstånd. Andra bestämmelser kom inte upp. Enligt Finlex (Alkohollag 8.12.1994/1143 1994) stämmer ovannämnda påstående som tas upp i alkohollagen. Alla respondenter svarade lika gällande följderna av den nya alkohollagen. Den har inte orsakat förändringar i deras inköp. Enligt Finlex (Alkohollag 8.12.1994/1143 1994) får barer och nattklubbar förlänga försäljningstider med en halv timme. Respondenterna svarade att inga förändringar skedde i försäljningen och därför påverkar det inte heller inköpen. I Finlex (Alkohollag 8.12.1994/1143 1994) nämns att serveringsbegränsningar upphör, dvs. dubbeldoser får säljas när nya alkohollagen trädde ikraft. Enligt respondenterna har detta tillsvidare inte förorsakat någon förändring i försäljningen.

Enligt samtliga respondenter har den nya alkohollagen inte orsakat förändringar i inköpen av alkoholprodukter. Detta tyder på att den nya lagen med förlängda öppettider och befriade alkoholmängden som får säljas åt en person, inte har lett till förändringar inom bar- och nattklubbsbranschen.

5.4.2 Leverantörer

Den viktigaste fasen enligt Van Weele (2012 s. 76) i inköpsprocessen är valet av leverantör. Anbudsbegäran skall vara specifikt med all information som exempelvis kvalitet, mängd, ledtid, försäkring m.m. Då anbudet är specifikt och tydligt underlättar det valet av leverantör. Även ryktet av leverantören bör beaktas.

Alla företagen verkar ha tillämpat en saklig process för att finna bra leverantörer i enlighet Van Weele (2012 s. 76) framför. I företaget A har beslutet av leverantörer utförts hos moderbolaget och därför saknas uppgifter hur valet har skett. I företaget B kom det klart fram att också personliga relationer har påverkat valet. I företaget C var en av leverantörerna delägare med ett starkt inflytande på besluten om leverantörer. I detta fall kan inköparen inte utföra sitt arbete självständigt. I företaget A är inköparen också bunden av beslut från högre nivå och kan ej heller arbeta fullt självständigt. I företaget B har inköparen möjlighet att arbeta fullt självständigt.

Alla företagen hade många samma leverantörer. Företagen använder sig av större leverantörer som Sinebrychoff eller Hartwall, sedan övriga mindre leverantörer som de köper in mer specifika produkter. Ledtiden varierar beroende av leverantör, de större har aningen längre ledtid från 2–9 dygn och mindre leverantörer från 1–2 dygn. Företaget B ansåg att mindre leverantörer och transportbolag har bättre service och är mer flexibla. På restaurangbranschen är veckorna mycket varierande och därför utför alla företagen i undersökningen inköpen en gång i veckan för att kunna kartlägga behovet mer specifikt och undvika onödiga inköp eller undvika risken för att produkterna tar slut före nästa beställning. Risken att det uppstår fel i inköpen/leveransen är relativt liten, små tryckfel kan hända till vem som helst som kan orsaka fel så som fel kvantitet eller fel produkter. Risken med att utföra granskningen av produkter manuellt är att vissa produkter kan glömmas bort från ordern, för att inga lagerrapporter visar vilka produkter saknas.

5.4.3 Inköp och inköpsprocessen

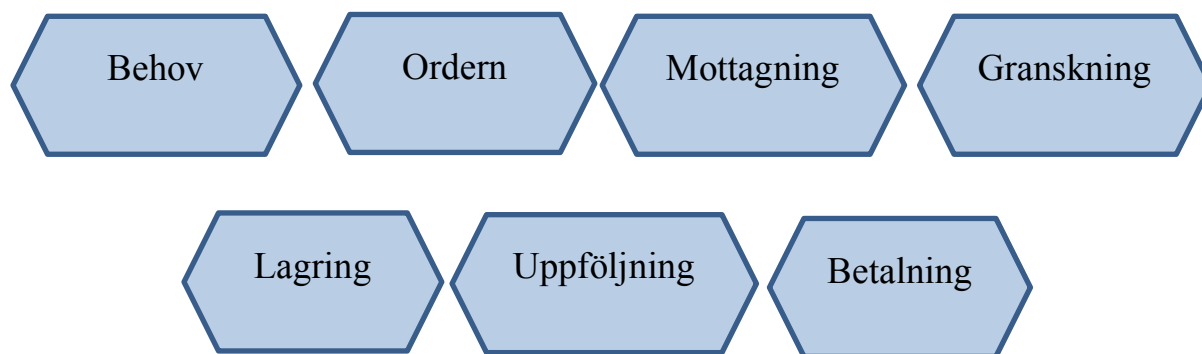
Enligt Storhagen (2011 s. 74) är det viktigt att inköparen har rätt kunskap inom området, dvs. köper in rätt vara och kvalitet, till rätt pris och i rätt tid. Alla dessa faktorer är viktiga inom inköp. Personen som gör inköpen i restaurangen måste ha tillräcklig kunskap att utföra inköpen på rätt sätt så att inga negativa konsekvenser uppstår. Under intervjun kom det fram att restaurangchefen och skiftchefen är de personer som har rätt kunskap för att utföra inköpen. Den ansvariga personen måste känna till produkterna som skall köpas in och kvalitet på produkterna. Om fel produkter köps in, kan restaurangen lönsamhet påverkas negativt.

Inköpen utförs i de intervjuade företagen av restaurangens ansvariga personer. Uppgiften utförs manuellt utan hjälpverktyg. Genom att granska noggrant lagret och bardisken, får inköparen reda på vilka mängder skall beställas. Om någon produkt är slut på lagret, finns en risk att den ansvariga personen inte märker detta på grund av den manuella arbetsmetoden. Alla respondenter har gett nästan likadana svar. Alla använder samma dataprogram Restolution, som i princip kunde visa lagervärdet i realtid om vissa handlingar skulle utföras omgående. Trots det har alla bestämt sig att utföra inköpen manuellt utan Restolutions hjälp. Restolution är ett omfattande program och kan ge relevant information, om man matar in uppgifterna i packsedlar, drinkbiljetter och svinn omgående.

I samtliga företag kartläggs behovet inte för en längre tid än en vecka. Tack vare att beställningar lämnas in en eller två gånger under veckan finns det en mycket liten risk att lagret blir för stort eller att produkterna blir gamla. Företagen brukar i vanligtvis känna till endast följande veckans evenemang. Eftersom ledtiderna är korta förorsakar detta inget problem.

Företagen anlitar många samma leverantörer och därför utförs beställningarna ofta likadant. Större leverantörer har på nätet egna beställningssystem och de mindre leverantörerna tar emot beställningarna via e-post. Orderbekräftelsen kommer omgående om beställningarna införs i beställningssystemet och inom ett dygn om beställningen har skickats via e-post. Granskningen av leveransen görs av ansvariga personer eller någon annan som har tilldelats uppdraget. Granskningen sker på samma sätt i företagen, dvs. genom att granska packlistan och produkterna i leveransen. Om problem uppstår i leveransen ska informationen ges till restaurangchefen som sedan rättar till felet tillsammans med leverantören. Efter granskning matas uppgifterna i packsedeln in i Restolution så att produkterna kommer in i lagerbokföringen. Detta görs likadant i alla de intervjuade företagen och matas in av de ansvariga personerna.

Enligt Logistiikan Maailma (2011 s. 39) är viktiga aspekter i inköpsprocessen prognoser, beställningar, leveranskontroll, mottagning, lagring och betalning. Dessa faktorer stämmer inom restaurangbranschen också. Inköpsprocessen i en bar eller i en nattklubb är följande. Först kartlägger man behovet av produkter. Sedan beställs produkterna till restaurangen så lönsamt som möjligt. Vid mottagningen av produkterna granskas kvaliteterna och mängderna mot uppgifterna i packsedlarna. Efter det kan produkterna sättas in i lagret. Vid inmatning av produkterna i dataprogrammet granskas priserna. Slutligen betalar man fakturan. Inköpsprocessen på bar- och nattklubbsbranschen avviker inte från uppgifterna i teorierna. Då man söker nya leverantörer är inköpsprocessen en aning annorlunda. Först kartlägger man behovet. Därefter skickar man en anbudsförfrågan till potentiella leverantörer. Anbuden jämförs och man väljer lämpliga leverantörer. Sedan kan man ännu förhandla före man ingår ett avtal. Därefter är processen likadan som med tidigare leverantörer.



Figur 1. Inköpsprocessen i en nattklubb då valet av leverantören är redan utfört.

5.5 Förbättringsförslag till företagen

Utgående från studiens resultat och analys har jag bearbetat förbättringsresultat till företagen jag intervjuade.

I undersökningen visade sig att alla företagen använde samma dataprogram Restolution. Alla respondenter ansåg att Restolution är ett fungerande program men att rapporterna inte är i realtid för att ingen matar in genast all behövlig information, dvs. uppgifterna packsedlar, drinkbiljetter och svinn. För att rapporterna inte är i realtid använder ingen av respondenterna dataprogrammet som ett hjälpverktyg vid inköpen, utan inköpen förbereds manuellt. Handlingsättet är tidkrävande och komplicerat inköpen verkar vara vanligt inom restaurangbranschen. En av respondenterna nämnde att HOK-Elanto använder Cathrine dataprogrammet som hjälpverktyg. Likadant skulle man kunna utnyttja dataprogrammet Restolution. Fördelarna skulle vara betydande. Hela inköpsprocessen skulle kunna utföras mycket lättare och snabbare. Således skulle man kunna spara tid och undvika onödigt besvär. Det är möjligt att man kan med denna lösning minska kostnader som uppstår av overtidsarbete. Samtidigt skulle de ansvariga personerna slippa en belastande rutinmässig uppgift. Detta skulle ha positiv inverkan på dessa personers välmående. Därtill skulle man kunna utnyttja Restolutions funktioner till fullo, exempelvis att optimera beställningstidpunkterna och beställningsmängderna genom att sätta in lämpliga gränsvärden för respektive produkt. Detta skulle kunna ge en möjlighet att minska på lagervärdet.

6 DISKUSSION

Syftet med arbetet är att få kunskap av inköp och inköpsprocessen för alkoholprodukter inom bar och nattklubbsbranschen. Jag har i min empiriska del intervjuat tre företag och fått information som motsvarar syftet med arbetet. Respondenternas svar är mycket liknande. Jag är förvånad att moderna tekniska möjligheter inte utnyttjas till fullo, trots att det skulle leda till betydande fördelar. Företagens lönsamhet och personalens välmående skulle kunna förbättras. Detta skulle kunna ge företaget en konkurrensfördel. Problemet verkar inte vara brist på kunskap om teorier och modeller inom inköp. Kunde orsaken ligga i att det är svårt att glömma bort gamla arbetsprocesser?

Jag anser att jag har valt en lämplig metod för att finna svar på mina forskningsfrågor. Med hjälp av intervjuerna har jag fått just den information som jag har sökt. Efter intervjuerna väcktes många tankar om mina forskningsfrågor. Om jag skulle nu planera forskningsfrågorna på nytt skulle jag ställa mera tillägsfrågor om inköpsprocessen, särskilt orsakerna varför vissa uppgifter utförs på ett visst sätt. Detta skulle ha gett mig djupare förståelse om orsakerna till de gamla arbetsprocesserna.

Om jag skulle ha möjlighet att utföra detta arbete på nytt skulle det ha varit intressant att välja många fler företag med i studierna. Detta skulle ha gett arbetet större tillförlitlighet med tanke på generalisering. Detta arbetet ger inte möjlighet att dra allmänna slutsatser. Jag är dock glad över att ha kunnat ge företagen betydande förslag om förbättringar. Som fortsatt forskning skulle jag göra en betydligt bredare undersökning om samma sak och fördjupa mig särskilt i de saker som hindrar att utföra inköpen effektivt.

KÄLLOR

Böcker

Bryman, Alan & Bell, Emma. 2005, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Malmö: Liber Ekonomi.

Ritvanen, Virpi; Inkiläinen, Aimo; von Bell, Anders & Santala, Jouko. 2011. *Logistiikan Maailma ja toimitusketjun hallinnan perusteet*. 1 uppl. Helsinki: Logistiikan Maailma.

Storhagen, Nils G. 2011. *Logistik – grunder och möjligheter*, Liber AB: Malmö, 4 uppl.

Van Weele, Arjan J. 2012, *Inköp och supply chain management – Analys, strategi, planering och praktik*, 1:2 uppl., Studentlitteratur AB.

E-tidskrifter

Practical Food and Beverage Cost Control. Ojugo, Clement. 2010. Tillgänglig: <https://books.google.fi/books?id=DDOldizscawC&printsec=frontcover&hl=fi&authuser=1#v=onepage&q&f=false>. Hämtad 13.4.2018.

Purchasing and Inventory, Chapter 5 Summaries. Pearson Education, 1995–2011. Tillgänglig:

https://wps.prenhall.com/chet_nra_foundations_2/163/41978/10746406.cw/index.html. Hämtad 9.4.2018

Webbsidor

Alkohollag 8.12.1994/1143. Finlex, 1994. Tillgänglig:

<https://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1994/19941143?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=ALKOHOLLAGEN>.

Hämtad 10.4.2018.

Frågor och svar om reformen av alkohollagen. Valvira, 2018. Tillgänglig:

<http://www.valvira.fi/web/sv/alkohol/faq-fragor-och-svar-om-reformen-av-alko-hollagen>. Hämtad 10.4.2018.

Förordning om alkoholdrycker och sprit. Finlex, 1994. Tillgänglig:

<https://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1994/19941344?se-arch%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=ALKOHOLLAGEN>.

Hämtad 10.4.2018.

Inköpsprocessen. Expowera, 2018. Tillgänglig: <http://www.expowera.se/inkop/inkops-processen>. Hämtad. 11.4.2018.

Metod. Nationalencyklopedi, 2018. Tillgänglig:

<https://www-ne-se.ezproxy.arcada.fi:2443/uppslagsverk/encyklopedi/enkel/metod>. Hämtad 5.4.2018.

Näin alkoholilaki muuttuu: 15 pääkohtaa. Uusi Suomi, 2018. Tillgänglig:

<https://www.uusisuomi.fi/kotimaa/223691-nain-alkoholilaki-muuttuu-15-paa-kohtaa>. Hämtad. 11.4.2018.

Operatiivinen ostotoiminta. Logistiikan Maailma, 2018. Tillgänglig:

<http://www.logistiikanmaailma.fi/osto-ja-myynti/hankintatoimi-ja-ostotoiminta/>. Hämtad 9.4.2018.

Ostomarkkinointi (Reverse Marketing). Logistiikan Maailma, 2018. Tillgänglig:

<http://www.logistiikanmaailma.fi/osto-ja-myynti/hankintatoimi-ja-ostotoiminta/>. Hämtad 9.4.2018.

Purchasing. Business dictionary, 2018. Tillgänglig:

<http://www.businessdictionary.com/definition/purchasing.html>.

Hämtad 6.12.2018

Strateginen hankintatoimi. Logistiikan Maailma, 2018. Tillgänglig:

<http://www.logistiikanmaailma.fi/osto-ja-myynti/hankintatoimi-ja-ostotoiminta/>.

Hämtad. 9.4.2018

BILAGA 1 INTERVJUGUIDE

Bakgrundsinformation

1. Vem är du och vad är din arbetstitel?
2. Kan du berätta kort om företaget och dess verksamhet?
3. Finns det särskilda bestämmelser som man måste beakta vid inköpsprocessen av alkoholprodukter?
4. Hur har den nya alkohollagen påverkat inköpen i ert företag?
5. Hämtade den förlängda öppningstiden ändringar på inköpen?
6. Har ni någon viss budget till beställningarna per vecka eller månad?
7. Vem utför inköpen?
8. Hur vet ni vilka mängder det måste beställas?
9. Inventerar ni lagret varje gång före ni lägger in beställningar?
10. Vilka verktyg använder inköparen för att utföra inköp?
(IT-program med lagerbokföring och tidigare försäljningar, IT-program med särskild modul för att utföra inköp?)

Leverantörer

11. Hur har ni kommit till valet av leverantörer?
12. Vilka är de aktuella leverantörerna?
13. Vilken ledtid har respektive leverantör?
14. Hur ofta sätter man in beställningar?
15. Vilket är leveransvillkoret för respektive leverantör?
16. Uppstår det ofta fel i inköpen/leveranserna?
17. Hurdana är felen och vad beror de på?

Inköpsprocessen

18. På vilket sätt görs beställningarna? Via e-mail, verbalt eller via internet?
19. Hur snabbt kommer orderbekräftelsen?
20. Hur granskas leveransen då den anländer?
21. Vem utför granskningen av leveranserna?
22. Hur införs leveranserna i lagerbokföringen och av vem?

1. Kuka olet ja mikä on työtittelisi?
2. Voitko kertoa lyhyesti yrityksestä ja sen toiminnasta?
3. Onko olemassa erityisiä sääntöjä, jotka on otettava huomioon alkoholituotteiden hankintaprosessissa?
4. Miten uusi alkoholilaki vaikutti teidän yritystoimintaan?
5. Vaikuttiko pidennetyt aukioloajat ostojen tekoon?
6. Onko teillä tiettyä budjettia kun teette tilauksia?
7. Kuka teillä tekee ostot/tilaukset?
8. Mistä tiedätte millaisia määriä on tilattava?
9. Kuinka usein teette tilauksia?
10. Inventoitteko varaston joka kerta ennen tilausten tekoa?
11. Millaisia välineitä käytätte ostojen tekoon? (IT-ohjelma varastokirjanpidon ja aiemman myynnin kanssa, IT-ohjelmat, joilla on erityismoduuli ostojen suorittamiseen?)
12. Miten olette päätyneet tavarantoimittajiinne?
13. Mitkä ovat teidän nykyiset tavarantoimittajat?
14. Mikä läpäisy aika on teidän tavarantoimittajilla?
15. Mitkä ovat tavarantoimittajien toimitusehdot?
16. Onko ostoissa/tilauksissa havaittu usein virheitä?
17. Millaisia virheitä on havaittu ja mistä ne johtuvat?
18. Kuinka tilaukset tehdään teillä? Sähköpostitse, suullisesti vai internetin välityksellä?
19. Kuinka nopeasti tilaus vahvistetaan?
20. Miten toimitus tarkistetaan kun se saapuu taloon?
21. Kuka suorittaa toimituksen tarkistuksen?
22. Kuinka toimitukset kirjataan varastoon ja kuka sen tekee?

BILAGA 2 TRANSKRIBERING AV FÖRETAGET A

Intervju med företag A

Den 8.11.2018, kl. 12.00 på respondentens arbetsplats i Helsingfors

Intervjuare: Ghita Autero

I: Eli aloitetaan haastattelu, voitko kertoa kuka olet ja mikä on työtittelisi?

R: Minä olen X ja olen yökerhon toinen päälliköistä.

I: Joo, voitko kertoa lyhyesti yrityksestä ja sen toiminnasta?

R: Eli olen töissä semmoisessa yökerhossa, mikä on auki perjantaista sunnuntaihin. Me avataan klo. 23.00 ja suljetaan klo. 05.00 ja myydään alkoholia.

I: Pelkästään alkoholia?

R: Pelkästään alkoholia.

I: Okei. Onko olemassa erityisiä sääntöjä, jotka on otettava huomioon alkoholituotteiden hankintaprosessissa?

R: No. Varmaan täytyy olla yritys, joka tekee tilaukset, jolla on alkoholiluvat. Ei tule ainakaan muuta sääntöä mieleen.

I: Joo. Miten uusi alkoholilaki vaikutti teidän yritystoimintaan?

R: No, varmaan näkyvin muutos on ollut nuo pidennetyt aukioloajat, että ollaan nykyään 05 asti auki, että ennen oltiin neljään. Nykyään myydään alkoholia neljään alkoholia ja sitten viideltä paikat kiinni.

I: Vaikuttiko pidennetyt aukioloajat ostojen tekoon?

R: No ei ainakaan vielä ole vaikuttanut tai ei vielä olla huomattu, että olisi täytynyt tilata enempää.

I: Okei. Onko teillä tiettyä budjettia, kun teette tilauksia?

R: Ei ole mitään määriteltyä budjettia mutta ihan niin kun maalaisjärjellä, maalaisjärkeä voidaan käyttää myös tilausten teossa, että ei ole mitään määriteltyä rahallista budjettia.

I: Joo, onko teillä... ei kun Kuka teillä tekee ostot/tilaukset?

R: Jompikumpi päälliköistä.

I: Mistä tiedätte millaisia määriä, on tilattava?

R: No me tarkistetaan aina varastot, yleensä käydään nuo baarit läpi ja viinavarastot läpi ja katsotaan mikä meillä on tilanne niitten juomien suhteen ja tehdään sen perusteella tilaukset.

I: Kuinka usein teette sitten tilauksia?

R: Me tehdään joka viikko, ja just sen takia että osataan tilaa ne tarpeelliset, että ei tilata kerran kuukaudessa, että tilataan mieluummin joka viikko, että ei tule niin paljon ylimäärästä kamaa sinne viinavarastoon.

I: Inventoitteko varaston joka kerta ennen tilausten tekoa?

R: No tavallaan joo, että aina katsotaan mikä meillä on tilanne minkäkin tuotteen suhteen että käydään kaikki periaatteessa yksitellen läpi että ei tarvitse mitään tarkkaa inventaariota tehdä mutta periaatteessa kyllä.

I: Millaisia välineitä käytätte ostojen tekoon? (IT-ohjelma varastokirjanpidon ja aiemman myynnin kanssa, IT-ohjelmat, joilla on erityismoduuli ostojen suorittamiseen?)

R: Ei kyllä oikeastaan käytetä. Että ei käytetä mitään tuommoisia välineitä.

I: Mutta onko teille kuitenkin jostain ohjelmasta mistä näette esimerkiksi varastoarvoja?

R: Periaatteessa joo nähdään meidän Restolutionin kautta meidän varastoarvot mutta ne ei välttämättä pidä ihan paikkaansa, jos sinne ei ole lyöty kaikkia kuormakirjoja tai hukkia tai drinkkilippuja niin silloinhan se ei ole täysin paikkaansa pitävä. Joten aina tupla tarkistetaan sitten mieluummin ja katsotaan ihan kaikki varastot itse läpi.

I: Miten olette päätyneet tavarantoimittajiinne?

R: No mehän ollaan tytäryhtiö tuossa X ja meillä on ostosopimuksia minkä mukaan me sitten toimitaan.

I: Mitkä ovat teidän nykyiset tavarantoimittajat?

R: No meillä on pääanimona Koff, sitten meillä on Hartwall, sitten tehdään PM-juomatukusta tilauksia, Moët&Hennessy ja Viinitieltä tulee usein. Tässä on varmaan tämmöiset mitä me käytetään joka viikko.

I: Kun teette tilaukset niin, siitä ajasta, kun teette tilaukset niin missä ajassa se saapuu teidän tiloihin tämä tuote?

R: Jos me tehdään maanantaina ennen klo. 17.00 niin voidaan olettaa, että ne tulee keskiviikkoon mennessä, ne tulee keskiviikkona. Eli meillä on kaksi kuormapäivää, meillä on keksiviikko ja perjantai ja yleensä pyritään sillein, että tilataan keskiviikoksi tuotteet ja sitten voidaan tehdä lisätilaus perjantailla. Yleensä siinä menee se niin kun kaksi vuorokautta, että se tulee varmasti perille.

I: Jos teette lisätilauksen, pitääkö se tehdä keskiviikkona ennen klo. 17.00?

R: Joo pitää.

I: Okei. Mitkä ovat tavarantoimittajien toimitusehdot?

R: En tiedä mitään tarkkoja toimitusehtoja tai en muista.

I: Joo. Onko ostoissa/tilauksissa havaittu usein virheitä?

R: No ei ole usein, että harvoin. Joskus on jotain ollut mutta ei ole mitään niin kun... ei ole yleistä.

I: Millaisia virheitä on havaittu ja mistä ne johtuvat?

R: No joskus ei ole välttämättä tullut jotain tuotetta tai on tullut väärä tuote mitä ollaan tilattu. Joku, jonka nimi on tosi samankaltainen niin on tullut varsinkin, jos tekee sähköpostin kautta tilaukset niin silloin on joskus voinut tulla jotain virheitä.

I: Joo Kuinka tilaukset tehdään teillä? Sähköpostitse, suullisesti vai internetin välityksellä?

R: No me tehdään suurimmaksi osaksi internetistä, mutta esimerkiksi Moëtille, PM:lle, Viinitielle tehdään sähköpostitse ja sitten suullisesti joskus, jos toi internetin lomake ei toimi niin sitten me voidaan soittaa puhelimella ja tilata ihan suullisesti, sekin onnistuu.

I: Kuinka nopeasti tilaus vahvistetaan?

R: Jos se on tilattu netin kautta niin se vahvistetaan sitten saman tien, että sieltä näkee suoraan, onko tavarat tilattavissa vai ei ja se vahvistus tulee sitten saman tien. Ja sähköpostitse tulee yleensä viimeistään seuraavana päivänä.

I: Miten toimitus tarkistetaan, kun se saapuu taloon?

R: Meillä on joku ottamassa kuormia vastaan, yleensä jompikumpi päälliköistä. Ja sitten me katsotaan kuormakirjasta, että se kuorma vastaa sitä mitä kuormakirjassa sanotaan ja tota sillein, ei sen ihmeellisemmin.

I: Kuka suorittaa toimituksen tarkistuksen?

R: Se on sitten tämä sama tyyppi, joka purkaa sen kuorman.

I: Kuinka toimitukset kirjataan varastoon ja kuka sen tekee?

R: No yleensä minä teen sen ja me kirjataan ne sinne meidän Restolutionin taustajärjestelmään me kirjataan ne kuormakirjat, tarkistetaan ne laskut ja kuormakirjat täsmäävät, ja lyödään ne oikeilla hinnoilla sitten sinne meidän taustajärjestelmään.

I: Okei, kiitos tästä.

BILAGA 3 TRANSKRIBERING AV FÖRETAGET B

Intervju med företag B

Den 8.11.2018, kl. 16.00 på respondentens arbetsplats i Tammerfors

Intervjuare: Ghita Autero

I: Eli aloitetaan toinen haastattelu. Kuka olet ja mikä on työtittelisi?

R: Minä olen X ja olen ravintolatoimenjohtaja.

I: Joo. Voitko kertoa lyhyesti yrityksestä missä olet töissä ja sen toiminnasta?

R: No me ollaan tämmöinen pieni uusi ravintolayritys me omistetaan kolme ravintolaa ja kolme saunatilaa, meillä on yökerho sitten yksi ruokaravintola mikä on enemmän tuomoinen perheravintola ja sitten on yksi tämmöinen niin sanotusti parempi paikallinen, eli ihan uusi paikallinen tuolla Härmälässä Tampereella ja tota sieltä saa sitten ruokaa sekä juomaa.

I: Okei. Onko olemassa erityisiä sääntöjä, jotka on otettava huomioon alkoholituotteiden hankintaprosessissa?

R: No toki täytyy olla yritys ja sitten täytyy olla voimassa oleva anniskelulupa, muuten ei saa mitään, jos ei ole luvat kunnossa. Mutta muuten ei ole mitään erityisiä sääntöjä.

I: Miten uusi alkoholilaki vaikutti teidän yritystoimintaan?

R: No oikeastaan ei juuri millään tavalla muuta, kun että toki ravintolat ovat pidempään auki, mutta millään tavalla mihinkään tilaustuotteisiin, ehkä tietyllä tavalla se myynti on kuitenkin sen puoli tuntia on ehkä hieman lisännyt ostoa mutta se on aika marginaali määrä, että ei sinänsä ole kauheasti vaikuttanut.

I: Eli sitten kun minä kysyn tuon, että vaikuttiko pidennetyt aukioloajat ostojen tekkoon? Niin vastaus on varmaan...

R: Aika sama ei ole mitään, se on kuitenkin loppupeleissä... Totta kai nyt eletään pikkujoulu aikaa niin muutenkin on vilkkaampaa mutta ei se viimeinen tunti niin ei ole tälle yritykselle mikään niin kun välttämätön puoli tuntinen minkä siinä saa vielä myydä.

I: Onko teillä tiettyä budjettia, kun teette tilauksia?

R: Ei, ei ole mutta totta kai me katsotaan kaikki tilanteet tai kaikki tilaukset tilanteen mukaan, että eletään hyvin tarkkaan ja viikoittain tarpeet me tiedetään viikkoa etukäteen, että jos on tulossa isoja tilaisuuksia tai muuta niin me pystytään tilaamaan ne etukäteen tavaraa, että meillä ei ole niin kun mitään perus vakioilistaa tai vakiotilausta vaan ihan

viikoittain ihan sen mukaan mitä tarvitaan. Sitten totta kai, kun eletään hiljaisempaa aikaa, niin tilataan vähemmän mutta mitään varsinaista budjettia meillä ei ole.

I: Okei. Kuka teillä tekee ostot/tilaukset?

R: No tilaukset tekevät ihan ravintoloiden päälliköt itse, mutta tietenkin siinä kohtaa, kun tehdään näitä ostosopimuksia niin siinä kohtaan minä ja toimitusjohtaja ollaan mukana. Mutta ihan viralliset tilaukset niin tietenkin sitten ruokaravintoloissa tekee keittiöpäällikkö ja sitten ravintolapäälliköt tekevät sitten ravintoloissa.

I: Mistä tiedätte millaisia määriä, on tilattava?

R: No me saadaan taustajärjestelmästä aika hyvin menekit mukaa ja sitten se on totta kai missään tapauksessa mikään ei ole semmoista niin juuri tarkkaa että meilläkin halutaan että mieluummin on pikkusen enemmän kun pikkusen vähemmän sitä tavaraa että ei tarvitse lauantai iltana kesken kiireisen ajan myydä ”ei oota” eli mieluummin otetaan pikkusen yli että se riittää ja tota mutta siis se jos voi sanoa niin sanotusti ”Summa mutikalla” mutta kyllä me saadaan aika tarkat määrät kuitenkin sitten menekistä mutta kyllä se perustuu tosi paljon myös niin kun arvioon.

I: Kuinka usein teette tilauksia?

R: Riippuu tavarantoimittajasta, pienemmät tavarantoimittajat niin tehdään kerran viikossa, ja sitten isommat niin tehdään kaksi kertaa viikossa. Ja kun puhutaan ruuista, niin saatetaan tehdä kolme tai neljäkin kertaa viikossa.

I: Okei. Inventoitteko varaston joka kerta ennen tilausten tekoa?

R: Ei, me inventoidaan kerran kuukaudessa koko talo ja kaikki mitä tota kaikki ruoka ja kaikki virvoke ja alkot ja oluet mutta tota muuten se on se kerran kuussa ja se on siinä.

I: Millaisia välineitä käytätte ostojen tekoon? Onko teillä semmoisia esimerkiksi (IT-ohjelmia? Esimerkiksi kun joillain on Restolution?

R: No meillä on itseasiassa sama. Meillä on Restolution mihin me saadaan, se on tällä hetkellä mielestäni paras taustajärjestelmä kaikkeen mutta virallisesti ostojen tekoon me ei sitä sieltähän saa otettua varastoraporttia ja muuta mutta sitä me ei käytetä mutta tota mutta toki me kaikki kuormakirjat ja muut lyödään siihen taustaan, että sillä tavalla me käytetään mutta niin sanotusti ostojen ja tilausten tekoon niin niihin me ei käytetä sieltä mitään raporttia.

I: Miten olette päätyneet tavarantoimittajiinne?

R: Kilpailutusten kautta on hyvin moni saatu niin sanotusti, kun puhutaan sitten isoista sopimuksista ja litramääristä ja muista niin tota niin sanotusti ketkä on saaneet niin kun antaneet meille parhaan tarjouksen ja totta kai mikä on meille helpoiten niin kun saatavilla niin se on myöskin ollut toinen tietyllä tavalla myös henkilökohtaiset suhteet on vaikuttanut asioihin mutta tota mutta siinä kohtaan kun näitä isoimpia on kilpailutettu niin siinä on ihan tarjous ollut kysymyksessä silloin.

I: Mitkä ovat teidän nykyiset tavarantoimittajat?

R: Suurin on panimotuotteissa Koffi, se on kaikista suurimpana. Sitten on oikeastaan aika lailla me käytetään Soleralta tulee tavarat ja viinejä tulee myös Tampereen viinitukulta. Sitten mitä ei niiltä saa niin me käytetään PM-juomatukku ja ruuissa käytetään sitten tällä hetkellä Kesproa, Roslundia sitten käytetään Tampereella, on sellainen, kun Edun Herkkukeidas mutta tota ne ovat semmoiset niin kun ihan päänsääntöiset mitä me käytetään niin kun joka viikko mutta Koffi suurimpana.

I: Mikä läpäisy aika on teidän tavarantoimittajilla? Eli tarkoitan sitä, että kun teette tilaukset niin, milloin ne tulee teille paikalle?

R: Se riippuu tavarantoimittajista, Koffilla on sellainen pari päivää riippuen sitten minä päivänä teet sen ja mihin kellon aikaan teet sen tilauksen jos teet sen esimerkiksi perjantaina ennen 12.00 niin sinä saat ne tiistaille, mutta jos sinä olet tehnyt ne vasta illalla niin ne venyy ja meillä on aina sovitut toimituspäivät mutta sitten taas esimerkiksi Tampereen tai PM-juomatukku ja Tampereen viinitukku oikeastaan molemmat niin me saadaan vaikka seuraavalle päivälle koska niillä on isot varastot Tampereella ja sitten myöskin toki meillä on se hyvä puoli jos menee oikein kiireeksi heillä on se niin kun halli auki, me voidaan käydä myös itse paikan päältä hakemassa jos oikein tiukalle menee vaikka esimerkiksi he pitää lauantaitsinkin neljä tuntia sitä auki niin me pystytään jos oikein tiukka paikka tulee että on ollut tosi kova viikko tai perjantai niin sillä sitten mutta muuten meillä on siis ihan no ihan, ihan max. kolme päivää on sitten niin kun se aika.

I: Mitkä ovat tavarantoimittajien toimitusehdot?

R: No tässä kohtaa meillä me ollaan niin kuitenkin sitten taas iso toimija, että ei meillä sen suurempaa enemmänkin me annetaan ne ehdot kuin että he antavat meille ehtoja, että joillain voi olla niin kun toimituksessa jotain, kyllähän he tuovat vaikka yhden pullon meille, jos me halutaan mutta me joudutaan siitä toki siitä enemmän maksamaan. Mutta oikeastaan se on lähinnä toimitusehdoissa niin se on lähinnä me annetaan mistä he tuovat sen meille ja nykypäivänä tosi moni tavarantoimittaja niin on ulkoistanut kuljetuksen niin

esimerkiksi Posti kuljettaa todella monen esimerkiksi Moëtin tällä hetkellä, sen muuten unohdin aikaisemmin mainita, että Moët on meillä myös yhtenä, Moët&Hennessy yhtenä suurena toimittajana ja heillä on esimerkiksi Posti, joka sen kuljettaa. Niin tota se on esimerkiksi semmoinen sitten nyt mikä on valitettavasti tullut huomioon mitä isompi kuljetusfirma niin sitä huonommin se niin kun toimii, että mitä pienempi niin sen parempi mutta mitään sen niin kun totta kai siis tietty maksuhan me siitä maksetaan mutta se on taas meidän sopimusteknillinen asia, että mikä se summa on ja milloin se tulee.

I: Onko ostoissa/tilauksissa havaittu usein virheitä?

R: No en sano, että usein, totta kai ihmiset ovat erehtyväisiä ja muuta että totta kai välillä tulee ihan hölmöjä painallusvirheitä ihan puolin ja toisin ja tota voi olla, että vahingossa on tavarantoimittajat tai kuskit ottanut väärään tuotteen mutta niistä aina ne aina saadaan palautettua tukkuun ja uusi tulee tilalle, että ei ole koitunut mitään sellaista suurta ongelmaa ja yleensä siitä aina selviää ja 24 tunnin kuluessa se saadaan korjattua on se sitten kuka tavarantoimittaja tahansa.

I: Minä kysyin tässä jo millaisia virheitä on havaittu, ja mistä ne johtuvat? Niin sain aika hyvän vastauksen siihen.

I: Mutta sitten voitaisiin mennä vaikka: Kuinka tilaukset tehdään teillä? Tehdäänkö ne teillä sähköpostitse, suullisesti vai internetin välityksellä?

R: Osa tehdään sähköpostitse, ihan vaan laitetaan lista mitä halutaan sitten esimerkiksi Koffin pystyy tekee niin että meillä on sekä siis netissä heillä on oma järjestelmä johon me syötetään ihan samalla lailla Kesprot, isommat tukut, Solera me tehdään semmoisen kautta kun Vinetto niin tota me syötetään siihen järjestelmän ne tuotteet ja sitä kautta sitten tulee ne tota mutta sitten on totta kai kun on tuttuja kuitenkin tässä niin joskus voi hätäpäissään soittaa ja kysyä että onnistuuko mitenkään mutta pääsääntöisesti niin sähköpostitse ja niitten toimittajien niin kun järjestelmien kautta.

I: Kuinka nopeasti tilaus vahvistetaan?

R: Suuremmilla, jotka tehdään järjestelmien kautta se vahvistetaan heti saman tien, kun olet painanut, että lähetä ja oikeastaan seuraavan 24 tunnin kuluessa niin kun viimeistään tulee sitten sähköpostitse vahvistukset.

I: Miten toimitus tarkistetaan, kun se saapuu taloon?

R: Se kuka on silloinkin töissä niin tota ottaa vastuun siitä kuorman purusta hyvin monissa ravintoloissa toki on ihan vaan oma vastuuhenkilökin siihen mutta seurataan

kuormakirjasta ihan niin sanotusti puretaan kuorma ja tarkastetaan että oikeat määrät on tullut ja merkataan kuormakirjaan ja jos siellä on joku poikkeavuus niin sitten esimiehelle ilmoitetaan ja esimies ottaa yhteyttä sitten tavarantoimittajaan mutta se on yksi sadasta kun on joku virhe että se on tosi pientä se tota se virheiden määrä.

I: Kuinka toimitukset kirjataan varastoon ja kuka sen tekee?

R: No sen tekee vuoropäällikkö tai joku esimiehistä tai kenelle se vastuu on annettu, että aina saa kuormakirjan joka tapauksessa, kun tämä tota, kun se saapuu, kun se on tarkastettu niin sitten se lyödään Restolutioniin ihan sieltä sitten kuormakirjojen kautta ja silloin se lyödään niin sanotusti varastoon sisään ja tarkastetaan vielä hinnat siinä samassa.

I: Jes tämä oli tässä, kiitos sinulle.

BILAGA 4 TRANSKRIBERING AV FÖRETAGET C

Intervju med företag C

Den 21.11.2018, kl. 9.30 på respondentens arbetsplats i Helsingfors

Intervjuare: Ghita Autero

I: Hei, eli kuka olet ja mikä on työtittelisi?

R: Olen X ja Bar Conin ravintolapäällikkö

I: Voitko kertoa lyhyesti yrityksestä ja sen toiminnasta?

R: Ollaan espanjalainen tapas ravintola ja sitten meillä on myös tällainen baari/cocktail puoli.

I: Okei. Onko olemassa erityisiä sääntöjä, jotka on otettava huomioon alkoholituotteiden hankintaprosessissa?

R: Meidän osaomistaja on Viinitie, joten meidän kaikki viinit tulee ja osa alkoholituotteista tulee heiltä ja emme saa vaihtaa sitä pois.

I: Joo tota miten uusi alkoholilaki vaikutti teidän yritystoimintaan?

R: Ei mitenkään.

I: Vaikuttiko pidennetyt aukioloajat ostojen tekoon sitten?

R: Ei.

I: Onko teillä tiettyä budjettia, kun teette tilauksia?

R: Ei.

I: Kuka teillä tekee ostot/tilaukset?

R: Minä. Minä kävelen meidän varaston läpi ja katon mitä tuotteita.

I: Okei. Kuinka usein teette tilauksia?

R: Kerran viikossa.

I: Inventoitteko varaston joka kerta ennen tilausten tekoa?

R: Ei.

I: Joo. Millaisia välineitä käytätte ostojen tekoon? (onko jotain tiettyjä IT-ohjelmia varastokirjanpidon ja aiemman myynnin kanssa etc.?)

Ei meillä ole mutta minä olin aikamaisemmin HOK elannolla töissä missä käytettiin Cathrine taustajärjestelmää niin siellä katsottiin aina sen hetkisen varastoarvoa, kun piti tehdä tilaukset.

I: Eli se Cathrine oli sitten niin kun ajan tasalla oleva?

R: Joo.

I: Ja mitäs te käytätte täällä?

R: Restolutionia.

I: Okei.

I: Miten olette päätyneet tavarantoimittajiinne?

R: Kilpailuttamalla.

I: Okei joo. Mitkä ovat teidän nykyiset tavarantoimittajat?

R: Viinitie, Heinon tukku, sitten meillä tulee muutamia tuotteita Vinoblelta, Bar Backiltä ja A-tukulta.

I: Mikä läpäisy aika on teidän tavarantoimittajilla?

R: Suurimmalla osalla on päivä, ja se tulee aina seuraavana päivänä ja Hartwall on myös yksi meidän tavarantoimittajista.

I: Okei.

R: Sillä on sitten vähän pidempi, sillä oli about puolitoista viikkoa ja nyt me saatiin tiputettua kolmeen päivään.

I: Okei. Mitkä ovat tavarantoimittajien toimitusehdot?

R: Ainoastaan Hartwallilla on minimitilaus.

I: Okei. Onko ostoissa/tilauksissa havaittu usein virheitä?

R: Aika harvoin, että välillä enemmän Viinitieltä, kun se on vähä semmoinen kun se on osa meitä niin sieltä ne voi sitten lähettää jotain turhia tuotteita ja sitten välillä itse tekee

virheitä kun pitää tilata vaikka limeä, limeä tilataan kiloittain ja sitruunaa tilataankin sitten laatikoittain niin sitten tilaakin vahingossa 10 laatikkoa sitruuna ja 10 kiloa limeä.

I: No sitten se vastasi oikeastaan siihen tuohon minun seuraavaan kysymykseen.

I: Millaisia virheitä on havaittu ja mistä ne johtuvat?

R: Semmoisia inhimillisiä pikku, pikku virheitä.

I: Pikku mokia?

R: Joo.

I: Kuinka tilaukset tehdään teillä? Tehdäänkö ne sähköpostitse, suullisesti vai internetin välityksellä?

R: Suurin osa menee sähköpostitse ainoastaan Heinolla, Heino ja Hartwall menee sitten niiden internetin toimitustukun kautta.

I: Okei. Kuinka nopeasti tilaus vahvistetaan?

R: No Heinon tukku vahvistaa, sehän vahvistaa ihan saman tien, Viinitie saman päivän aikana, oikeastaan kaikki menee saman päivän aikana loppujen lopuksi.

I: Okei. Miten toimitus tarkistetaan, kun se saapuu taloon?

R: Kun se puretaan saman tien varastoon niin sitten katsotaan, että on kaikki.

I: Kuka suorittaa toimituksen tarkistuksen?

R: Minä.

I: Kuinka toimitukset kirjataan varastoon ja kuka sen tekee?

R: Ne lyödään Restolutioniin varastoon tai sinne kuormakirjoihin ja sen teen minä.

I: Noni, siinä oli kaikki ja kiitos.

R: Kiitti.